

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Menurut Peraturan Pemerintah (PP) No. 33 Tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu (ASI) Eksklusif, susu formula bayi adalah susu yang secara khusus diformulasikan sebagai pengganti ASI untuk bayi sampai berusia 6 bulan.<sup>1</sup> Susu formula bayi merupakan “makanan khusus” yang dapat digunakan oleh bayi untuk menggantikan ASI atau disebut Pengganti ASI (PASI). Susu formula atau susu botol merupakan susu sapi yang susunan nutrisinya diubah menyerupai ASI hingga dapat diberikan kepada bayi tanpa menimbulkan efek samping.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa susu formula bayi merupakan pengganti ASI dimana seharusnya ASI diberikan kepada bayi dari mulai lahir sampai berusia 6 bulan atau yang dikenal sebagai ASI eksklusif.

Menurut Pasal 6 PP No. 33 Tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif, setiap ibu yang melahirkan harus memberikan ASI Eksklusif kepada bayi yang dilahirkannya.<sup>1</sup> ASI Eksklusif merupakan pemberian ASI ibu kepada bayi dari mulai bayi tersebut lahir sampai dengan usia 6 bulan. Sedangkan susu formula bayi seharusnya diberikan setelah bayi berumur 6 bulan.

Susu formula dapat diberikan kepada bayi dengan usia dibawah 6 bulan jika ada pertimbangan tertentu. Dalam Pasal 7 PP No. 33 Tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif disebutkan bahwa, ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 tidak berlaku dalam hal terdapat: a. indikasi medis; b. ibu tidak ada; atau c. ibu terpisah dari bayi.<sup>1</sup>

Atas dasar pertimbangan tersebut, Pasal 15 PP No. 33 Tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif menjelaskan bahwa, dalam hal pemberian ASI Eksklusif tidak dimungkinkan berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7, bayi dapat diberikan susu formula bayi.<sup>1</sup>

Berdasarkan Peraturan Pemerintah tersebut, seharusnya bayi mendapatkan ASI Eksklusif sejak lahir sampai usia 6 bulan, bukan diberikan susu formula. Namun saat ini banyak ibu yang tidak memberikan ASI eksklusif kepada bayinya dan menggantinya dengan susu formula bayi. Hal ini dikarenakan oleh berbagai faktor, yaitu faktor pekerjaan, faktor pendidikan / pengetahuan, faktor pengiklanan susu formula, dan lain-lain.

Faktor pengiklanan susu formula di media masa dan media cetak dapat menghambat program ASI Eksklusif di Indonesia. Hal ini dikarenakan promosi-promosi susu formula tersebut mengakibatkan ibu cenderung memberikan susu formula dibandingkan dengan ASI Eksklusif. Padahal dari segi komposisi pun jauh lebih baik ASI Eksklusif dari pada susu formula. Dan buruknya lagi, iklan-iklan susu formula dapat ditemukan di fasilitas pelayanan kesehatan seperti puskesmas dalam bentuk kalender, jam dinding, pengukur tinggi badan, poster dan lain-lain. Bahkan terkadang ada tenaga medis yang memberikan dan mempromosikan susu formula kepada ibu-ibu. Sedangkan promosi susu formula di fasilitas pelayanan kesehatan dan oleh tenaga kesehatan tidak diperbolehkan dan sudah diatur dalam peraturan.

Telah dijelaskan dalam Pasal 17 ayat (1) PP No. 33 Tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif, setiap tenaga kesehatan dilarang memberikan

susu formula bayi dan/atau produk bayi lainnya yang dapat menghambat program pemberian ASI Eksklusif kecuali dalam hal diperuntukkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15.<sup>1</sup>

Dalam Pasal 17 ayat (2) PP No. 33 Tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif pun dijelaskan bahwa, setiap tenaga kesehatan dilarang menerima dan/atau mempromosikan susu formula bayi dan/atau produk bayi lainnya yang dapat menghambat program pemberian ASI Eksklusif.<sup>1</sup>

Sedangkan untuk fasilitas pelayanan kesehatannya dijelaskan dalam Pasal 18 ayat (1) PP No. 33 Tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif, penyelenggara fasilitas pelayanan kesehatan dilarang memberikan susu formula bayi dan/atau produk bayi lainnya yang dapat menghambat program pemberian ASI Eksklusif kepada ibu bayi dan/atau keluarganya, kecuali dalam hal diperuntukkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15.<sup>1</sup>

Dalam Pasal 18 ayat (2) PP No. 33 Tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif pun dijelaskan bahwa, penyelenggara fasilitas pelayanan kesehatan dilarang menerima dan/atau mempromosikan susu formula bayi dan/atau produk bayi lainnya yang dapat menghambat program pemberian ASI Eksklusif.<sup>1</sup>

Jika tenaga kesehatan melanggar peraturan tersebut maka akan dikenakan Pasal 29 ayat (1) PP No. 33 Tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif, setiap tenaga kesehatan yang tidak melaksanakan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16, Pasal 17, Pasal 21 ayat (1), dan Pasal 23 ayat (1), dikenakan sanksi administratif oleh pejabat yang berwenang berupa: a. teguran lisan; b. teguran tertulis; dan/atau c. pencabutan izin.<sup>1</sup>

Dan jika fasilitas pelayanan kesehatan yang melanggar, maka akan dikenakan Pasal 29 ayat (2) PP No. 33 Tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif, setiap penyelenggara fasilitas pelayanan kesehatan, penyelenggara satuan pendidikan, pengurus organisasi profesi di bidang kesehatan serta produsen dan distributor susu formula bayi dan/atau produk bayi lainnya yang tidak melaksanakan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 ayat (1), ayat (2), dan ayat (4), Pasal 19, Pasal 21 ayat (1), Pasal 23 ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), Pasal 25 ayat (1) dan ayat (2), serta Pasal 26 ayat (1) dikenakan sanksi administratif oleh pejabat yang berwenang berupa: a. teguran lisan; dan/atau b. teguran tertulis.<sup>1</sup>

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti mengadakan penelitian dengan judul Tingkat Kepatuhan Pelaksanaan PP No. 33 Tahun 2012 Tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif Terhadap Penggunaan Susu Formula Bayi (Studi Di Puskesmas Kota Semarang). Penelitian ini menjadi penting dikarenakan dapat mengetahui apakah masih terdapat iklan susu formula bayi di puskesmas Kota Semarang. Semoga dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan bagi masyarakat mengenai PP No. 33 Tahun 2012 sehingga tidak ada lagi pelanggaran-pelanggaran iklan susu formula bayi dan dapat membantu pelaksanaan program ASI Eksklusif.

## **1.2 Masalah Penelitian**

Apakah masih terdapat iklan susu formula bayi di puskesmas Kota Semarang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Umum**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah masih terdapat iklan susu formula bayi di puskesmas Kota Semarang.

#### **1.3.2 Tujuan Khusus**

- a. Mengetahui tingkat pengetahuan kepala puskesmas atau orang yang ditunjuk oleh kepala puskesmas di Kota Semarang mengenai PP No. 33 Tahun 2012.
- b. Mengetahui tingkat pengetahuan dokter atau bidan selaku tenaga kesehatan di puskesmas Kota Semarang mengenai PP No. 33 Tahun 2012.
- c. Mengetahui tingkat kepatuhan dari kepala atau orang yang ditunjuk oleh kepala puskesmas di Kota Semarang mengenai pengiklanan susu formula bayi.
- d. Mengetahui tingkat kepatuhan dari dokter atau bidan selaku tenaga kesehatan di puskesmas Kota Semarang mengenai pengiklanan susu formula bayi.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

- a. Memberikan informasi kepada masyarakat mengenai pengiklanan susu formula bayi di fasilitas pelayanan kesehatan menurut PP No. 33 Tahun 2012.
- b. Memberikan informasi kepada tenaga kesehatan mengenai pengiklanan susu formula bayi di fasilitas pelayanan kesehatan menurut PP No. 33 Tahun 2012.
- c. Memberikan masukan kepada kepala puskesmas dalam upaya meningkatkan kepatuhan terhadap PP No. 33 Tahun 2012.
- d. Memberikan referensi bagi peneliti lain untuk dikembangkan dalam penelitian selanjutnya.

### 1.5 Keaslian Penelitian

Sepengetahuan penulis, penelitian mengenai Tingkat Kepatuhan Pelaksanaan PP No. 33 Tahun 2012 Tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif Terhadap Penggunaan Susu Formula Bayi Di Puskesmas belum pernah dilakukan di Kota Semarang. Berdasarkan hasil penelusuran pustaka dijumpai beberapa laporan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian yang terkait sebagai berikut :

**Tabel 1.** Keaslian Penelitian

Peneliti	Judul Penelitian	Desain Penelitian	Hasil Penelitian
Diana	Hubungan	Deskriptif	1. Ada hubungan yang
Sukmawati	frekuensi paparan	analitik dengan	bermakna antara
(2012)	iklan susu	pendekatan <i>cross</i>	frekuensi paparan iklan
	formula terhadap	<i>sectional</i>	susu formula dengan
	ibu dengan		praktik pemberian ASI
	praktik pemberian		eksklusif di wilayah RW
	ASI di RW 02		02 Kelurahan Waru
	Kelurahan Waru,		Kecamatan Parung Kota
	Kecamatan		Bogor
	Parung,		2. Tidak ada hubungan
	Kabupaten Bogor		antara usia responden
			dengan praktik

			pemberian ASI eksklusif di wilayah RW 02 Kelurahan Waru Kecamatan Parung Kota Bogor
Dedet Handayani (2006)	Praktek Pemasaran Susu Formula Di Rumah Bersalin Di Kota Bogor	<i>Cross sectional</i>	Sebanyak 87,5 % tenaga kesehatan mengetahui peraturan pemasaran susu formula.
Lilik Hidayanti (2010)	Penurunan Pemberian ASI Eksklusif Sebagai Salah Satu Dampak Paparan Iklan Susu Formula	<i>Cross sectional</i>	Paparan iklan susu formula berdampak sebesar 4 % untuk menurunkan status pemberian ASI secara eksklusif.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif karena mengukur seberapa banyak puskesmas di Kota Semarang yang memiliki iklan susu formula bayi. Penelitian ini menggunakan desain *cross sectional*. Penelitian yang akan dilakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan tersebut adalah:

- 1) Penelitian sebelumnya tidak membahas tentang PP No. 33 tahun 2012.
- 2) Penelitian sebelumnya tidak ada yang dilakukan di puskesmas